



# Fuorisalone Design Guide

Media Kit 2022

## Who We Are

**Since 2003, Fuorisalone.it** has been the reference platform of the Fuorisalone, an event that - together with the Salone del Mobile.Milano - defines the Milano Design Week.

**Recognised and promoted by institutions as the official communication platform, is a registered trademark** with dedicated extensions to China and Japan. Over the years it has been chosen by companies operating in various product sectors and by designers to promote brands, projects and events dedicated to Milan Design Week.

**Today, Fuorisalone is much more than that.**

**Who We Are**

## **Studiolabo and Fuorisalone**

**Studiolabo** is a company based in Milan that has been involved in communication and concept design since 2003.

It provides strategic consulting, branding and graphic design services, promotes and produces cultural events linked to the world of design and territorial marketing and is the author and creator of Fuorisalone.it and Brera Design District.

**Fuorisalone.it** - born as a platform to guide people during the Milan Design Weeks - in 2020, due to the suspension of the physical event for the pandemic, has taken on a renewed role as a spokesperson for design and project culture, both nationally and internationally. A place of experimentation for an all-digital dimension of design.

In 2021 the platform will be revolutionised, becoming a true Design Guide - physical, digital and hybrid - active all year round. In 2022 the Design Guide will be active all year round with projects and activities linked to design brands and more, and a section, the Events Guide, which during Design Week will be activated with all the tools and channels linked to it to become a real means of orientation for events.

## Why choosing Fuorisalone

Many years of experience at the service of clients, international brand value and in-depth knowledge of marketing and digital communication.

**Fuorisalone represents something unique on an international level.**

The event that celebrates Milan as the Capital of International Design has confirmed its role in 2020, the year that saw the cancellation of the fair for the first time, with a fully digital communication plan developed by Studiolabo.

**The experience gained has made it possible to understand the value of the brand and the context beyond the “moment” of the physical event,** developing a new platform that guarantees visibility on its tools and a continuity over time, bringing the content, relationships and culture of the project to the centre of the format.

**The current scenario requires: identity, flexibility, delocalisation, networking, multichannel;** all ingredients at the basis of the Fuorisalone Design Guide platform. For this reason, using Fuorisalone as a promotion channel is a strategic choice that improves the traditional marketing and communication activities of brands or traditional media.

## The integrated platform of Fuorisalone

Fuorisalone Design Guide: Guida Eventi, Magazine, Social, Newsletter and TV, with also Fuorisalone Meets, China and Japan.

The Fuorisalone.it platform was created around the concept of **Design Guide, shifting the focus from communicating the event to communicating the context**, from one week to the whole year, with an editorial plan that is always active and multi-channel.

**Below is a summary of the main offer linked to Fuorisalone.it and its audience.**

The offer is completed by **Fuorisalone Meets**, dedicated to the management of webinars, which allows to organize workshops and dedicated presentations, and the channels **Fuorisalone China** (Weibo, Wechat and Miniprogram profiles) and **Fuorisalone Japan** ([www.fuorisalone.jp](http://www.fuorisalone.jp)), both born with the aim of extending the communication opportunities on two strategic markets for the made in Italy thanks to a consulting service, local partners and alliances.

# How, when and what to communicate

The solutions of Fuorisalone.it

**Fuorisalone's platform offers flexible and tailored solutions, in line with the customer's needs.**

You can choose whether to join a standard communication package, which guarantees a presence on the various tools with direct visibility during the event, or to **define a dedicated communication plan, composing the different formats to be used throughout the year, whenever you want.**

Studiolabo's expertise and knowledge of the context is shared with the client by offering advice that supports them and helps them make choices, optimising resources and creating new opportunities.

**Fuorisalone talks about design at 360°:** from supply design to tech, from service design to automotive, real estate, art, fashion as well as luxury, lifestyle, travel, well-being, sustainability.

# Fuorisalone Design Guide platform

## Magazine

News, appointments, stories, people, companies and focus on Milan.

## Guida Eventi

Digital content and events on the territory of Milan

## Digital TV

On-demand content and schedule live during events



## Newsletter

## Social Media

### L'indispensabile

Deepening the themes of the week

### Osservatorio

Trends and strategies from a B2B perspective

### Instagram

### Pinterest

### Facebook

### LinkedIn

## Communication tools and channels

### Fuorisalone.it

---

- Web Site
- Events Guide
- Magazine
- Brand & Designer
- Itineraries
- Osservatorio
- Landing page

### Fuorisalone TV

---

- Series
- Products and Brands
- Interviews
- Documentary
- Talk
- Meets

### Social Media

---

- Instagram
- Facebook
- LinkedIn
- Pinterest

### Newsletter

---

- L'indispensabile
- Osservatorio
- Tips / DayByDay
- Dem

### Fuorisalone Magazine

---

- News
- Appointments
- Story
- Milano
- Osservatorio

### Fuorisalone China

---

- WeChat
- Weibo
- Miniprogram

### Fuorisalone Japan

---

- Events
- Community
- Project Italy/Japan



## The Fuorisalone audience

The Fuorisalone 2021 edition that surprised with its large number of participants, which was somewhat unexpected, and the renewed energy in the city's streets and districts. What was not surprising, however, was the quality of the projects exhibited by companies and professionals over the week.

The September edition, in conjunction with Supersalone, was the edition of rebirth for the city and a confirmation of the role of Fuorisalone.it. It confirmed the will of the Italian furniture and design system to maintain its central role, reaffirming the leadership of Milan as design capital.

The focus has been on content, addressing issues such as sustainability, inclusion and conscious creativity, experimenting with new materials and new solutions to deal with contemporary living issues.

**Designers, entrepreneurs, design lovers, students and the international public crowded the city, in full respect of anti-Covid regulations.**

In 2022, we expect a steady growth of the audience, adding the more consumer part linked to the event to the more business part, linked to the context and the platform.

## Supporting data and numbers - edition 2021

The platform proposed **763 events, 594 of which on the territory, dialoguing with 655 brands and promoting 1,041 designers**. Fuorisalone Magazine, the daybyday newsletters, the organic social media plan plus the sponsored projects have reached our design community that has grown in just 10 days of MDW by 10%.

We recorded more than **500k unique users, exceeding 2 million page views**. Numbers in line with the pre-Covid edition, but this year linked to a more qualified target of professionals and insiders, which means better conversion by our investors.

Important coverage was also achieved by communication through our social channels, which on **Instagram saw 4.8M impressions, 1.2M Reach, 128.3k likes received on 89 posts published from 23/8 to 11/9, with the post with the most engagement receiving 7,500 likes and 40 comments**. Facebook recorded **1.1M impressions on the 48 posts published with 747.7k reach and page engagement of 32.6k and 38.4k page likes**.

# Fuorisalone Design Guide 2021

Data for the year 2021

Average age

# 25/40

Sex

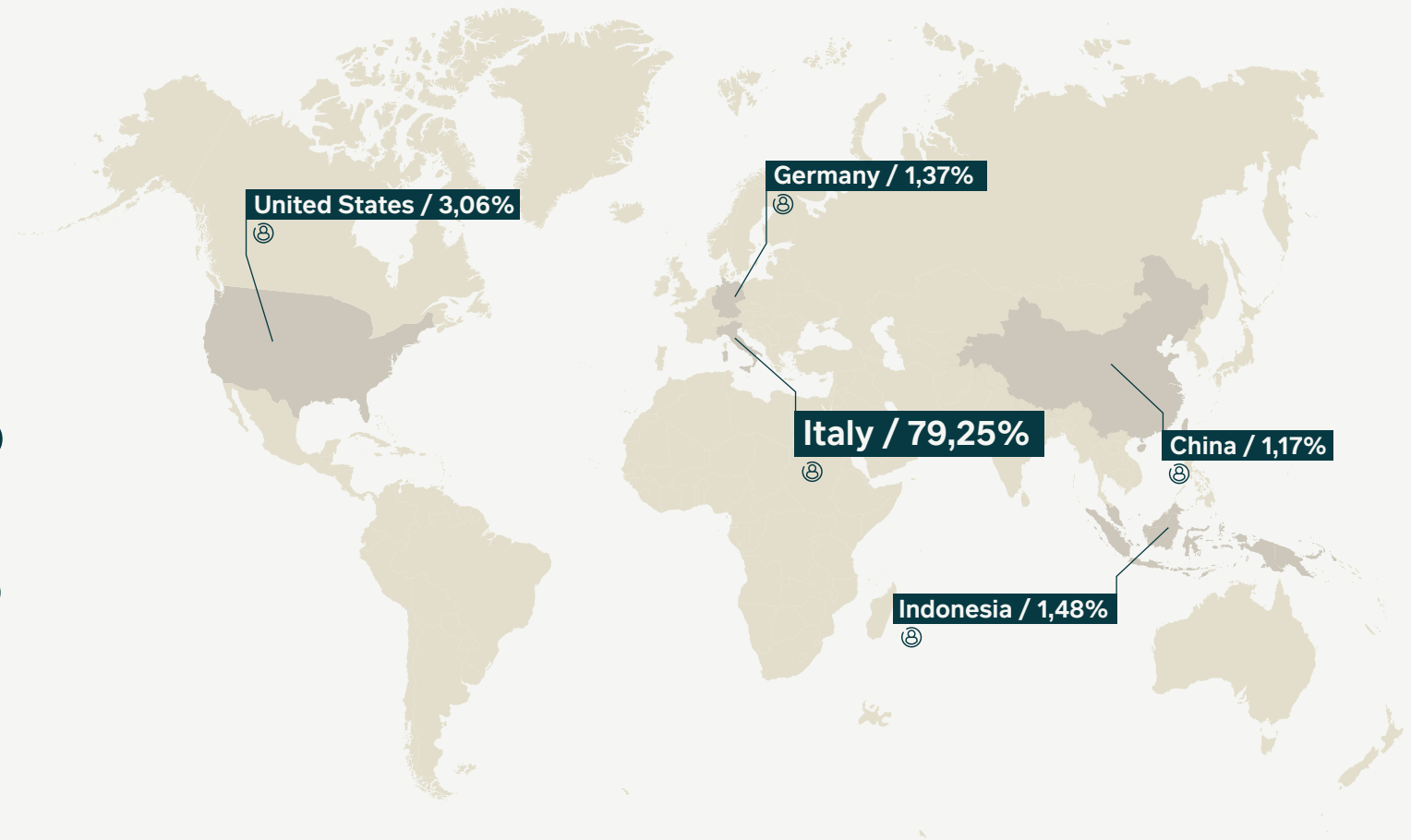


# 43,8%



# 56,2%

Top 5 traffic



# Fuorisalone Design Guide 2021

Data from January to December 2021

## Users/Visitors

 **+500K**

2020 : 390K

## Page views

 **+2M**

2020 : 1.5 M

## Average session duration

 **1:14 minuti**

2020 : 2:31 minuti

## Interests

- Shoppers/Value Shoppers
- Lifestyles & Hobbies/Green Living Enthusiasts
- Media & Entertainment/Movie Lovers
- Lifestyles & Hobbies/Shutterbugs
- Media & Entertainment/Music Lovers
- Lifestyles & Hobbies/Fashionistas
- Food & Dining/Foodies
- Beauty & Wellness/Beauty Mavens
- Travel/Travel Buffs
- Lifestyles & Hobbies/Art & Theater Aficionados

# Fuorisalone Digital Influence

Updated December 2021

## Social media

Instagram \ @fuorisalone

**121,2k**

**11,3M Impressions 5,7M Reach**

**Language** 40% ita / 18% Eng / 9% Portuguese / 8% Spanish

**Man Age:** 25-44 16% **Women Age:** 25-44 30%

**Woman:**65% **Man:** 35%

---

Facebook \ @fuorisalone.it

**38.4k**

**4,2M Impressions 3,2 Reach**

**Language**

**Age:** 25-44

**Woman:**68% **Man:** 32%

---

## Newsletter

community \ Fuorisalone

**18k**

**BtB \ fuorisalone**

**7k**

---

Linkedin \ @fuorisalone

**3k**

Channel activated with editorial plan  
on 15/2/2021

**140,9K Impressions 83K Reach**

**Sectors :** Design 17,45 % / furniture 8,73%

**City:** Milan 36,2% / Rome 4,25%

# Fuorisalone Design Guide

## Communication tools and channels

# Design Guide

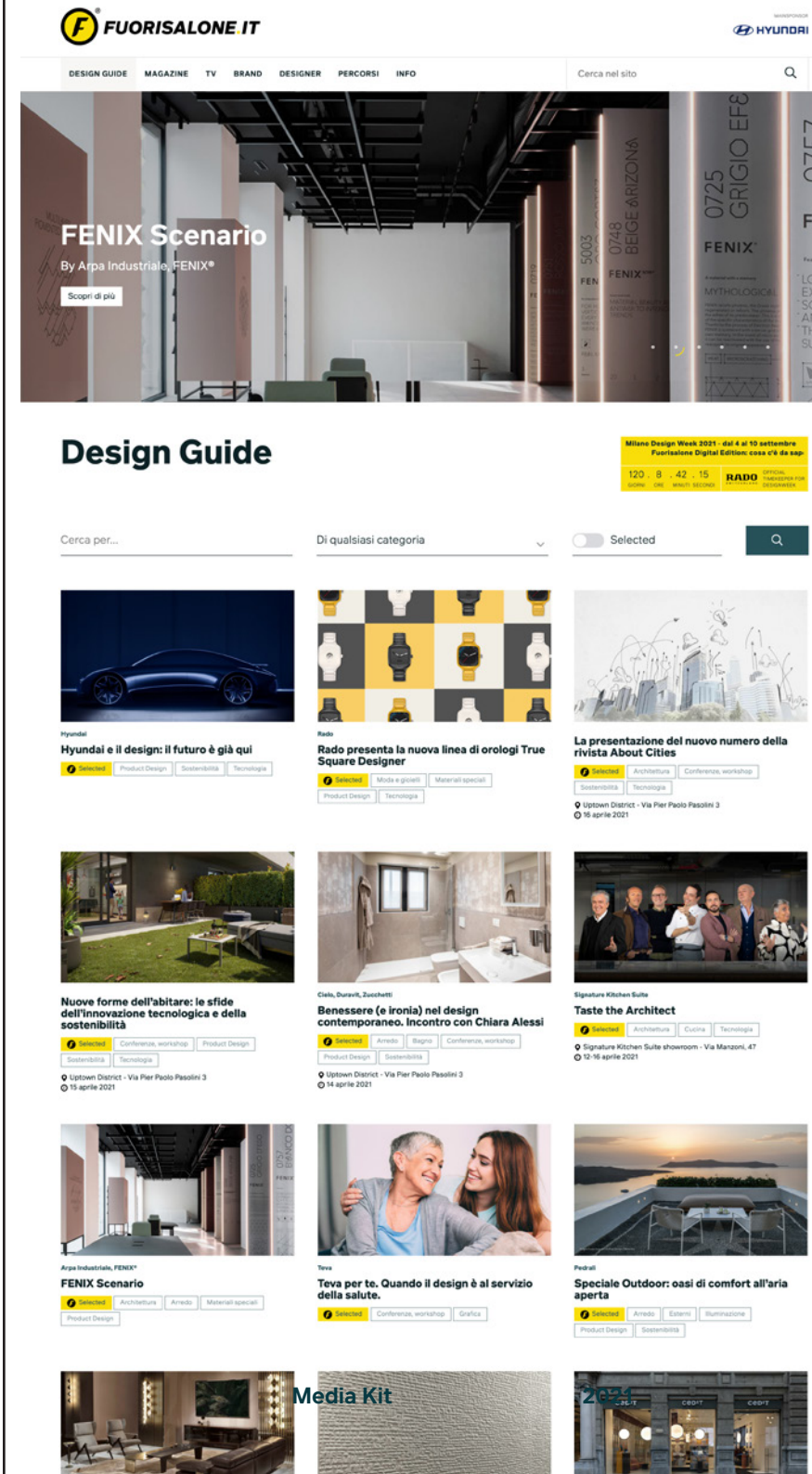
From the event to the content, the point of reference to promote products, collections and projects

The Design Guide was created as an evolution of the events guide dedicated to Design Week to respond to the needs of companies to communicate new products, collections and projects both in reference to a physical event and in its absence, shifting the focus from the “where” to the “what”.

The Design Guide turns out to be the heart of the new Fuorisalone.it platform.

An always active tool that proposes pages of both physical events (with date, address, map) and digital contents, correlating them to all the other contents present on the platform (brands, designers, magazines, TV). It’s possible to take part in the guide having direct access to the cms of Fuorisalone that allows a continuous updating of the present contents in a direct and autonomous way.

The pages of the Design Guide relating to events in the area can be displayed both as a list (with a highlighted position for sponsors) and on the map with filters linked to area, date and tag so that users can easily find their way around.





# Magazine

An editorial plan divided into News, Appointments, Stories, Milan and navigation by tags

The Fuorisalone (digital) magazine is the result of the daily work of the editorial staff coordinated by Alessandro Mitola, a journalist and photographer with years of experience in the Design and Lifestyle sector.

The editorial plan provides for the daily publication of articles organised into five macro categories: News, Appointments, Stories, Milan, Observatory as well as navigation by first and second level tags.

The Fuorisalone Magazine proposal follows the principle of the event, offering a selection of contents linked to the world of product and interior design, art and architecture, but also of technology, lifestyle, automotive, travel and food with particular attention to exhibitions, events, new openings, experiences and novelties that might catch the attention of the public and linked to Milan Design Week.



**FUORISALONE.IT** HYUNDAI

DESIGN GUIDE MAGAZINE TV BRAND DESIGNER PERCORSI INFO

NEWS APPUNTAMENTI STORIE MILANO OSSERVATORIO

Cerca nel sito

## NEWS, APPUNTAMENTI

# Gli appuntamenti della Biennale di Architettura di Venezia 2021

Leggi l'articolo

### News

Per restare aggiornati su tutto ciò che succede nel design. E non solo.

[Vedi tutte](#)

- See Through: l'installazione in bambù di Morag Myerscough a Londra**  
Si trova nel giardino di Grosvenor ed è un'opera colorata concepita dall'artista per la sua città.
- Il primo store italiano di Supreme, a Milano**  
Giovedì 6 aprile il marchio newyorkese fondato da James Jobbia nel 1994 apre ufficialmente in Corso Garibaldi al numero 20, all'angolo con piazza San Simeone.
- Uno shop online dedicato ai giovani collezionisti**  
Si chiama Picked By Nina ed è un progetto curato da Nina Yashar per Nilfar che racchiude oggetti di design e opere d'arte.
- Al via il cantiere della Factory di Manifattura Tabacchi**  
A settembre 2022 riapriranno gli ex spazi produttivi della storica fabbrica di Firenze, tra i principali progetti di rigenerazione urbana in atto in Italia.
- Tecla è una casa stampata in 3D in terra cruda**  
Un modello innovativo di abitazione sostenibile nato da un'idea di Massimo Moretti, fondatore di WASP, da un progetto dell'architetto Mario Cucinella.
- Le migliori foto di architettura nominate al Sony World Photography Award 2021**  
Il Sony Award 2021 ha annunciato i suoi vincitori e tra le categorie premiate c'è anche una sezione dedicata all'architettura.
- Lo store del London Design Museum si trasforma in un supermercato**  
L'artista britannica Camille Walala ha realizzato un coloratissimo pop-up store in Kensington High Street.
- L'open call "Sono tazza di te!"**  
Un progetto per supportare uomini designer e artiste per la creazione di una tazza da collezione.
- The Village: miniature di design in marmo firmate Salvatori**  
A marzo ha debuttato con Patricia Urquiola la collezione voluta da Gabriele Salvatori come espressione del concetto di "villaggio globale".
- Lodes Talks Series: scopri le menti dietro la collezione**  
Una chiacchierata informale per immergersi nell'ispirazione alla base dei nuovi prodotti Lodes: JM di Patrick Norguet, Cina di Marco Dessì and Alle di Luca Nicoletto.
- Bam Design: l'artigianato sardo in equilibrio tra tradizione e innovazione**  
Una chiacchierata con Vittorio e Andrea Bruno, che insieme al padre Tomino, hanno costruito una realtà legata al territorio tra arte, artigianato e design.

Link pagina

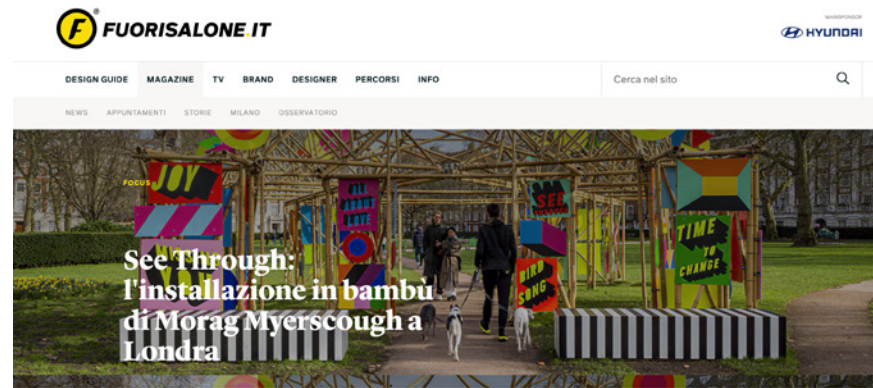


## Magazine

An editorial plan divided into News, Appointments, Stories, Milan and navigation by tags

The articles are partly edited by the editorial team and partly proposed to customers in two different forms: **interviews or in-depth about the brand that we propose in the Stories section, or direct promotion of a product, project or collection, which we offer in the other categories.**

The choice is made together with the client according to the marketing and communication objectives set by the company depending on the type of subject they want to promote on the website.



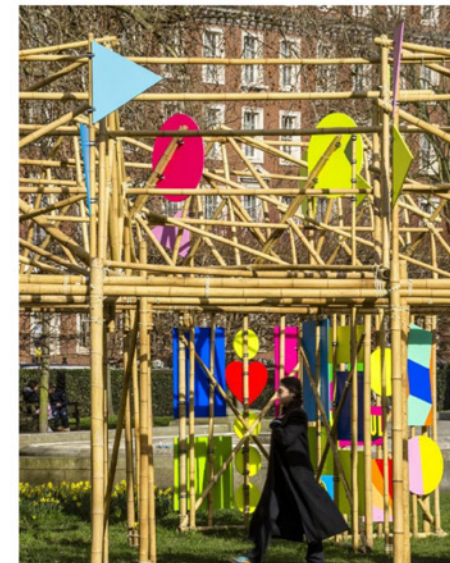
Si trova a Grosvenor Square, tra Mayfair e Belgravia, ed è un invito a essere attraversata nella speranza di donare gioia e spensieratezza.

In questo periodo di incertezza e di continue aperture e chiusure, l'artista **Morag Myerscough** ha deciso di regalare alla città di Londra e ai suoi cittadini un'installazione all'aria aperta.

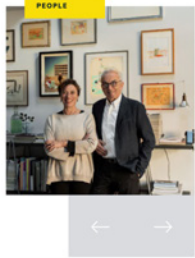
"See Through" è una **scultura interattiva molto colorata**, caratterizzata da motivi geometrici e messaggi al neon di gioia e speranza. Si tratta della prima opera che l'artista britannico ha realizzato in bambù, materiale scelto per l'alto grado di flessibilità e sostenibilità.



**Situata in Grosvenor Square**, tra Mayfair e Belgravia, l'installazione invita i passanti ad attraversarla nella speranza di donare qualche istante di gioia e spensieratezza.



Link pagina



## Caterina Mosca Valerio Castelli MoscaPartners

MoscaPartners nasce nel 2011 dalla passione dei suoi fondatori, Caterina Mosca e Valerio Castelli, che operano da lungo tempo nel settore della cultura e del design. Guidata dalla volontà di contribuire e promuovere la cultura del progetto attraverso la curatela e l'organizzazione di grandi eventi per lo scambio di nuove idee, MoscaPartners crea dei veri e propri hub internazionali per il design, favorisce l'incontro e il confronto tra professionisti, aziende e il pubblico di appassionati. Tanti i protagonisti del settore che hanno partecipato alle manifestazioni da loro curate: le maggiori scuole europee di design, giovani talenti, influenti architetti e designer sulla scena internazionale come Kengo Kuma, Michele De Lucchi, Antonio Citterio e Patricia Viel, Marcio Kogan, Patricia Urquiola, Francis Keré, Diller Scofidio + Renfro, Asif Khan, Pezo Von Ellrichshausen e Manuel Aires Mateus, che hanno creato spettacolari installazioni site specific, collaborando fianco a fianco con alcuni dei maggiori brand internazionali del design.

“Cerchiamo di promuovere e diffondere la cultura del progetto: senza innovazione e ricerca il design non esisterebbe”

— CATERINA MOSCA VALERIO CASTELLI

L'INTERVISTA

### Una chiacchierata con Caterina Mosca Valerio Castelli

#### Cosa ti aspetti da questa versione digitale del Fuorisalone?

— Che riesca a tener vivo l'interesse della Design Week di Milano, stimolando il dibattito culturale e coinvolgendo un ampio pubblico internazionale.

#### L'edizione digitale cambierà il modo di vivere l'evento fisico?

— Credo siamo tutti d'accordo nel dire che il digitale non sostituirà mai l'evento fisico ma certamente l'edizione digitale è un'opportunità di interazione maggiore con il pubblico, per comunicare prima, durante e dopo l'evento, per avere uno strumento interattivo e più inclusivo.

#### Vi occupate di progetti curatoriali, che futuro vedete nella vostra attività in un futuro ibrido tra fisico e digitale?

— Il lavoro di curatela è prima di tutto un lavoro di pensiero quindi lo strumento digitale che si affianca al reale rappresenta un'opportunità in più, di arricchimento e approfondimento dei contenuti e soprattutto di interazione maggiore con il pubblico. Tutto questo è molto interessante e stimolante ma richiede anche lavoro e competenze maggiori e investimenti conseguenti.

#### Il grande successo ottenuto negli anni dal Fuorisalone come influisce e cosa comporta per chi come voi mira alla qualità dei contenuti e vuole anche promuovere i giovani e le scuole di design?

#### La cosa più strana che ti è successa durante il Fuorisalone?

— Sono state due. La prima è che ci siamo conosciuti durante un Fuorisalone agli inizi degli anni 2000. Da lì è nata la nostra unione e

#### La cosa fondamentale che hai scoperto o imparato al Fuorisalone?

— La Milano Design Week nel suo complesso (Fuorisalone e Salone) è un evento straordinario, unico al mondo, inclusivo, profondamente democratico: un punto d'incontro



## Signature Kitchen Suite

Signature Kitchen Suite è il nuovo marchio di elettrodomestici built-in alto di gamma parte del gruppo L.G. Guidato dalla filosofia True to Food, che mette al centro il rispetto del cibo e della filiera, SKS propone una gamma di prodotti dal design sofisticato e dalla tecnologia all'avanguardia che si compone da frigoriferi e congelatori a colonna, French Door, Vino Cantina, forni a vapore e combinati, cassetto scaldavivande, piano a induzione, macchina da caffè e lavastoviglie. Nell'ottobre 2020, SKS ha aperto il suo primo showroom europeo a Milano: uno spazio esperienziale che racconta la filosofia del brand attraverso una serie di incontri ed eventi dedicati al mondo del cibo.

Manuela Ricci, marketing manager Signature Kitchen Suite.

↓ Leggi l'intervista

Via Alessandro Manzoni 47, angolo Piazza Cavour  
20121 Milano  
showroom@signaturekitchensuite.it  
Tel: 02 30020793  
www.signaturekitchensuite.it

f sksuppliancetail  
@sksuppliancetail



DESIGN WEEK

#### Il ruolo di Milano per il design oggi.

— Milano è un hub internazionale per la progettazione e il design del prodotto. In senso più allargato, è un luogo di contaminazione in cui si incrociano diverse creatività, dalla moda, all'arte, al food fino all'architettura. Aprire a Milano il nostro primo showroom d'Europa è stata una scelta naturale: posizionato nel cuore della città, tra quadrilatero della moda, design district e luoghi culturali, vuole

#### Showroom espositivo o spazio multifunzionale? come cambia lo spazio commerciale oggi e come avete pensato il vostro spazio espositivo?

— Lo spazio ben esprime la personalità del brand. L'esposizione dei prodotti all'interno di installazioni ispirate all'arte contemporanea si affianca a spazi pensati per ospitare eventi e attività: la cucina al piano terra sarà

#### Avete scelto di aprire il vostro primo showroom nel Brera Design District, quali sono i motivi di questa scelta?

— Volevamo uno spazio in cui il dialogo con il mondo del design fosse facilitato anche dalla vicinanza fisica. Piazza Cavour a Milano è un luogo storico della città, di grande passaggio, e per noi era importante essere vicini sia al mondo della progettazione

Link pagina

Link pagina

## Brands and Designers

The digital archive of the protagonists of design, always and related to all the contents of the platform.

Dedicated pages on the protagonists of design, indexed content and connected to create an archive that is always up-to-date and linked to all the content on the platform.

Companies taking part in the project can upload their own profile and update it over time, as well as linking or creating profiles or create files on designers who have signed products, collections or projects.



### Brand B&B Italia



Vai al sito



B&B Italia si afferma fin dalla fondazione nel 1966 come azienda leader nel settore dell'arredamento contemporaneo e si distingue a livello internazionale nel settore dell'arredo di design italiano, sia domestico che collettivo.

La collezione di arredi B&B Italia nasce dalla capacità di rappresentare la cultura contemporanea e rispondere tempestivamente all'evoluzione dell'abitare. E proprio dall'alchimia tra creatività, innovazione e produzione emergono elementi d'arredo che rappresentano la modernità ed al contempo si dimostrano essere prodotti "senza tempo". Per fare questo B&B Italia si avvale del contributo di designer internazionali imprimendo una propria inconfondibile impronta; l'unicità di ogni progetto veicola i valori della ricerca, della creatività e della funzionalità.

Il ruolo della ricerca, da sempre determinante per lo sviluppo dell'azienda, si esprime attraverso un centro ricerca e sviluppo interno. La cui elevata capacità innovativa è valsa numerose segnalazioni tra cui 4 compassi d'oro, di cui uno, il più esclusivo nel 1989, "per il costante lavoro di integrazione svolto al fine di coniugare i valori della ricerca tecnico scientifica con quelli necessari alla funzionalità ed espressività dei prodotti".

Novedrate (Como), Italy

Nazione  
Italy



### Design Guide



B&B Italia  
Scopri Noonu di Antonio Citterio

Architettura | Arredo | Installazioni

Guarda la serie di video su Fuorisalone TV

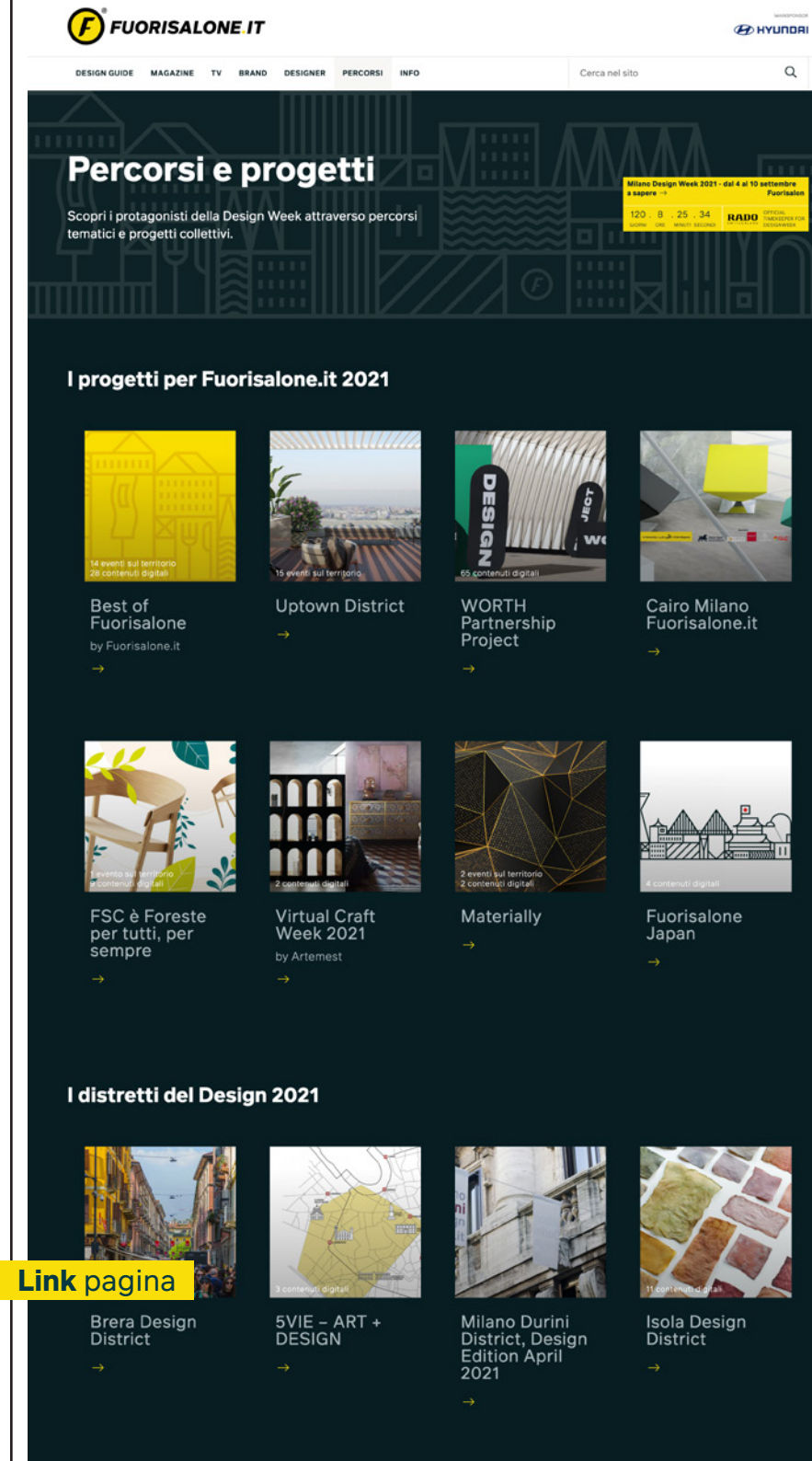


# Itineraries

Dedicated to the event, designed to orientate the public towards places or contents

The itineraries section was born as a form of **orientation for the public of the Milan Design Week, organising the event pages by district of the city or by reference project, and has evolved with Fuorisalone Digital to include thematic or typological itineraries, which do not actually involve a presence on the territory.**

This section can be useful to promote communication projects involving several brands or to give visibility to an institutional entity, whether it represents a country or a type or business activity.



# Osservatorio

Open and direct dialogue with the protagonists of design

A new tool at the disposal of professionals to answer the major questions that affect all sectors transversally and in particular animate the debate within design. A new section within the magazine accompanied by a dedicated newsletter.

Osservatorio welcomes in-depth analysis and reflections, with contributions from professionals, to photograph the state of the art within the design industry, a survey aimed at understanding the thoughts of the thinking of CEOs, creative directors and marketing managers.



**FUORISALONE.IT** HYUNDAI

DESIGN GUIDE MAGAZINE TV BRAND DESIGNER PERCORSI INFO Cerca nel sito

NEWS APPUNTAMENTI STORIE MILANO OSSERVATORIO

## Salone del Mobile. Milano

NEWS OSSERVATORIO

### E anche il Salone del Mobile di Milano ci sarà, dal 5 al 10 settembre

Leggi l'articolo

## Osservatorio

Approfondimenti e riflessioni per fotografare lo stato dell'arte all'interno dell'industria del design e dell'architettura.

**Ricevi una selezione dei nostri articoli**  
Iscriviti alla nostra newsletter dedicata ai professionisti, con approfondimenti dedicati al mondo del design e dell'architettura.

Nome \_\_\_\_\_ Cognome \_\_\_\_\_  
Scrivi la tua e-mail \_\_\_\_\_ Azienda \_\_\_\_\_  
Professione\* \_\_\_\_\_  
 Accetto la [privacy policy](#). [Iscriviti](#)

**E anche il Salone del Mobile di Milano ci sarà, dal 5 al 10 settembre**  
La notizia è arrivata dopo alcune settimane di incertezza: il progetto sarà affidato a un curatore di fama internazionale.

**Teva si rinnova e presenta nuove grafiche per le confezioni dei suoi farmaci**  
L'azienda farmaceutica si è avvalsa di un approccio di design thinking per dare una nuova veste ai suoi prodotti. Ce ne parla Umberto Comberlati, Business Unit Head di Teva Italia.  
**BRAND: TEVA**

**Filippo Manetti: "Per chi si occupa di bellezza, l'arte è un generatore di stimoli"**  
Comunicare un materiale oggi, la centralità di Milano, il connubio fra esperienza digitale e fisica. Una conversazione con il marketing and product innovation director di Arpa Industriale.  
**BRAND: FENEX\***

**Fornasetti: tra tradizione e digitalizzazione**  
Dall'introduzione del nuovo canale online di vendita direct consumer alla collaborazione con la maison francese Louis Vuitton. Tutte le novità del brand guidato da Barnaba Fornasetti.  
**BRAND: FORNASETTI**

**Tommaso Vincenzetti: "La digitalizzazione come strumento attivo nei processi aziendali"**  
Dalla centralità dei mercati internazionali alle opportunità date da  
**BRAND: B&B ITALIA**

**Stefano Maffei: "La nuova discussione sul design parla di nuovi materiali, economia circolare, synthetic biological"**  
Suggerimenti, idee, visioni per il domani. Ne parliamo con Stefano Maffei, professore ordinario presso la Scuola del Design del Politecnico di Milano.  
**BRAND: TECNICO SPA, ZANOTTÀ**

**Giuliano Mosconi: "La ritualità di aprile è importantissima"**  
L'accelerazione digitale, l'internazionalizzazione dei mercati, le strategie per comunicare il design oggi. Parola al numero uno del Gruppo Tecno Spa.  
**BRAND: TECNICO SPA, ZANOTTÀ**

**Fuorisalone 2021: da aprile a settembre, un'edizione speciale**  
Il lavoro degli operatori di settore continua a sostegno di Milano, capitale internazionale del design.

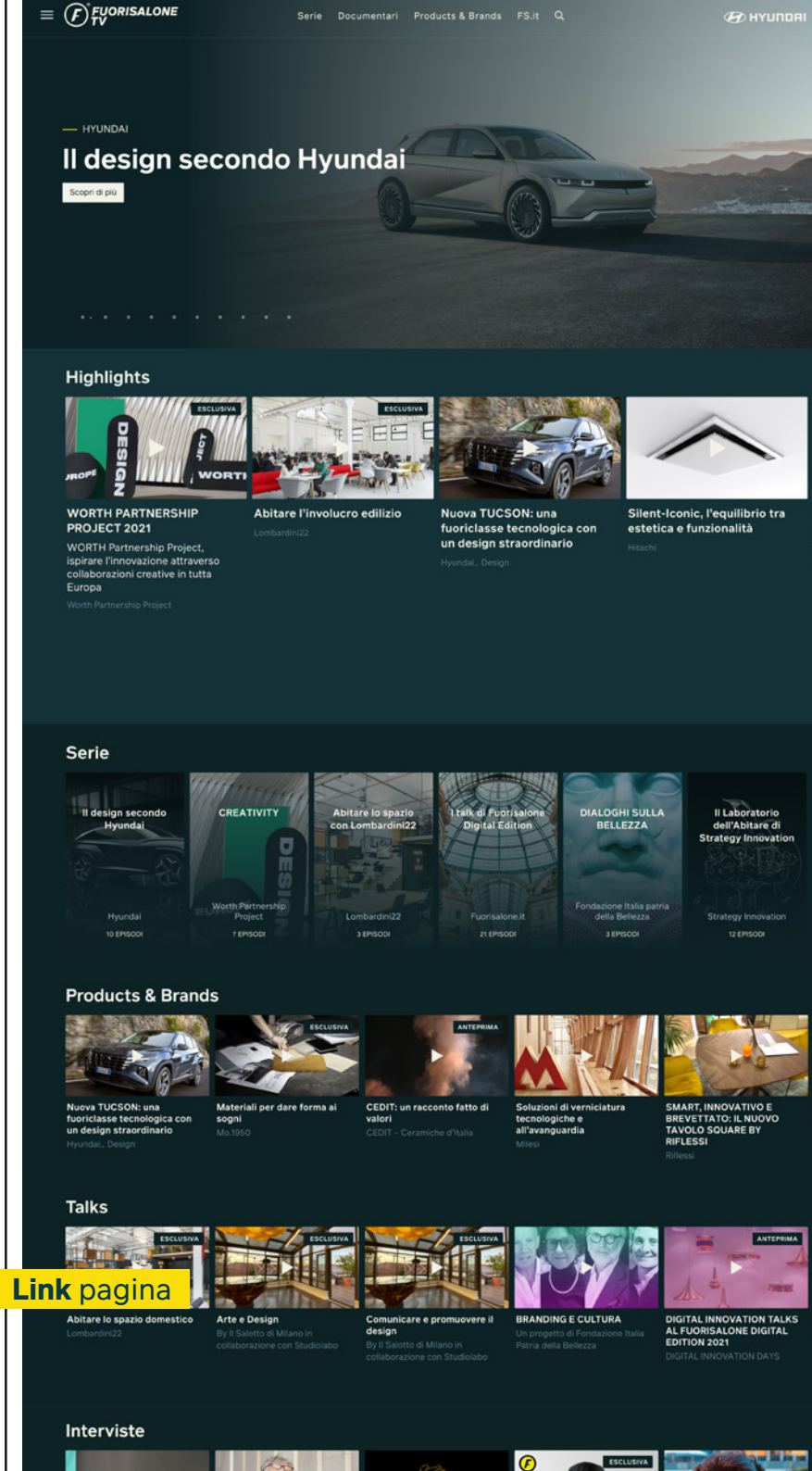
# Fuorisalone TV

The new way to share and learn about design online

Fuorisalone TV is the most recent tool of Fuorisalone.it created to live the online design experience in a new way.

**The video becomes the language to promote live talk, product previews, films, documentaries, interviews, to be watched live or available on demand.**

Active all year round and always up to date, it is designed to increase the digital communication of the brands taking part in Fuorisalone through a schedule promoted and resumed throughout the year thanks to a presence in the newsletter L'indispensabile and to the social channels.



[Link pagina](#)



# Fuorisalone TV

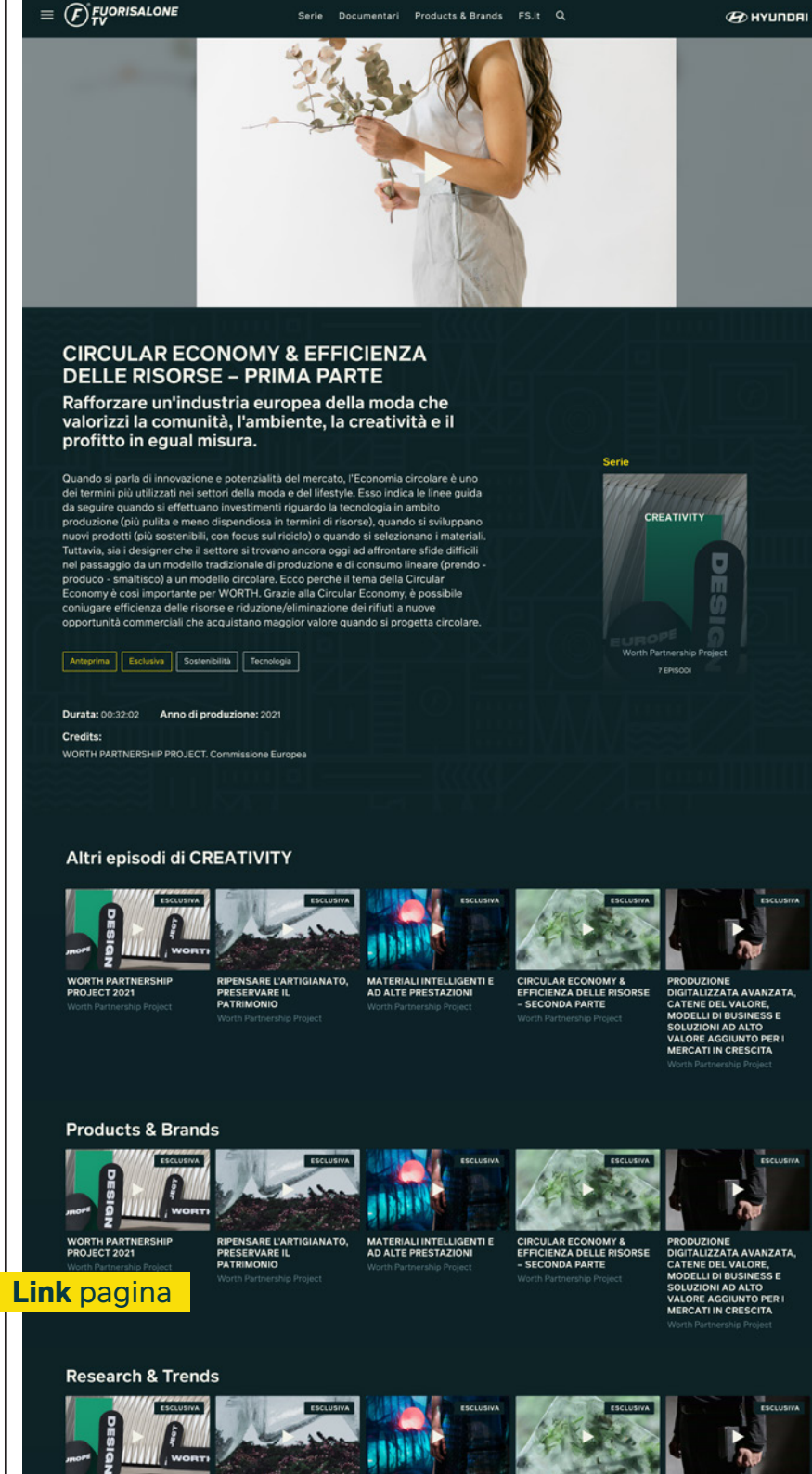
The new way to share and learn about design online

The TV programme schedule is organised around various types of content and is offered both in live streaming, on the occasion of events and promoted on demand.

The content types provided are:

- **Series:** aggregated content, individual brand proposals, collections and insights
- **Products and Brand:** new products, projects and collections
- **Interviews:** insights and comparisons with the protagonists of international design and lifestyle
- **Documentary:** research, history, myths
- **Talks:** working tables and discussions on various topics

Finally, companies and designers, if they wish, can rely on Fuorisalone TV's partners, both for the production of the videos on demand and for the recording and live broadcast.



[Link pagina](#)

## Landing page / Mini site

Dedicated solution for launching and promoting of communication campaigns

Fuorisalone offers the possibility to create landing pages and mini websites with a dedicated domain linked to Fuorisalone, in order to collect all the content promoted on the platform in a single container promoted both with campaigns sponsored by Fuorisalone and directly by the client.

**This solution, which can be updated over time and customised allows you to narrate collectives, curatorial projects and events projects and events involving multiple subjects, designers and brands.**



PROGETTO

**Uptown Milano:  
un ecosistema abitativo sano e  
sostenibile, che guarda al futuro  
ponendo al centro la persona.**

BY EUROMILANO

Uptown mette al centro i suoi abitanti ed il concetto di Wellbeing City per garantire una vita migliore sotto tutti i punti di vista.

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Pinterest
- YouTube
- Vimeo

Uptown District, progetto presentato nel 2017 come il primo smart district di Milano e d'Italia, è un nuovo quartiere sorto su una superficie di 900.000 mq, con 300.000 mq di parco pubblico coronato da esclusive residenze firmate da grandi nomi dell'architettura moderna.  
A soli tre anni di distanza e dopo la consegna delle prime residenze nel luglio 2019, Uptown ha visto un aumento del 40% del proprio valore e si è confermato luogo di eccellenza per una nuova centralità milanese. Nel 2022 saranno completati il centro commerciale e l'istituto scolastico, tra i più grandi costruiti negli ultimi anni in Italia. Già oggi gli abitanti e la città di Milano possono godere delle numerose attività di svago ed intrattenimento promosse negli spazi della Cascina e nel bellissimo parco.

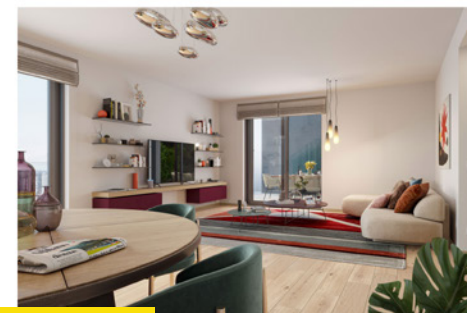
Val al sito

Contatta via email

Creato da EuroMilano, Uptown District vanta partner di riconosciuto prestigio: Intesa Sanpaolo, Vodafone, Bosch, Poste Italiane, Italianway.  
EuroMilano ha affiancato l'intero progetto fin dalla sua nascita. Dalla progettazione urbanistica, architettonica e tecnologica, fino alla gestione dello spazio pubblico, è stata data un'attenzione speciale alla comunità dei futuri residenti, puntando a realizzare una realtà in grado di entrare a far parte di Milano e del suo sviluppo moderno.

Da questa straordinaria ed irripetibile concentrazione, unica a livello nazionale e

Continua a leggere...



Link pagina

I nostri premium brand





## Social Media

Shared communication:  
Instagram / Facebook / LinkedIn

Fuorisalone.it's communication also includes intense activity on social media, the main channels are, with data updated November 2021:

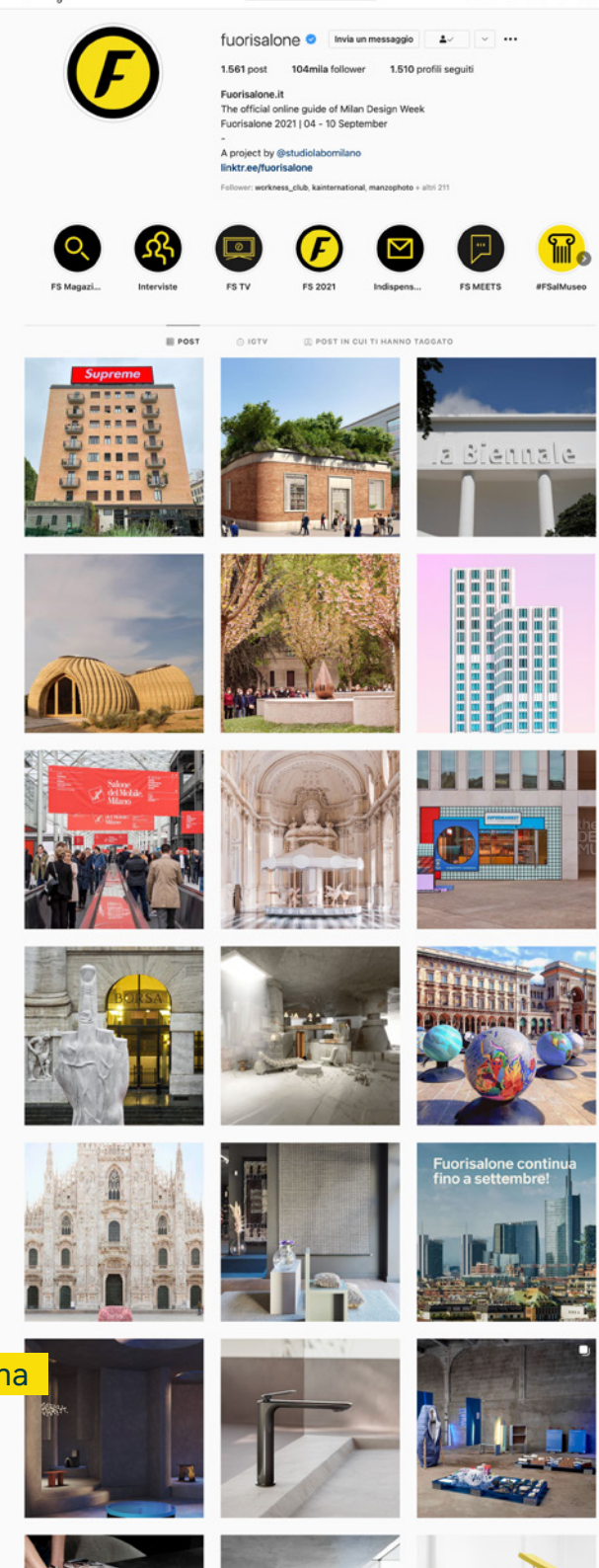
- **Instagram** (121,2K Followers)
- **Facebook** (38,4K total Fan)
- **LinkedIn** (3K Followers).

In order to make the most of the sharing opportunity on our channels, it is suggested to choose a different content if several releases are planned.

Content for social posts is shared with our Social Media Team to ensure editorial coherence and consistent feedback to the investment made.

**The choice of channel is made according to the communication objective, the target audience and the type of content proposed, as well as the tone of voice and copy are chosen with reference to the context and the moment of communication, thanks to the direct comparison with the Studiolabo team.**

The client, be it a company, an agency, a media centre or a PR office, is supported in the development of content and communication formats as well as in the definition of investments in sponsorship on the various channels.



Link pagina

## Social Media

Shared communication:

Instagram / Facebook / LinkedIn

There are various types of activities that can be planned:

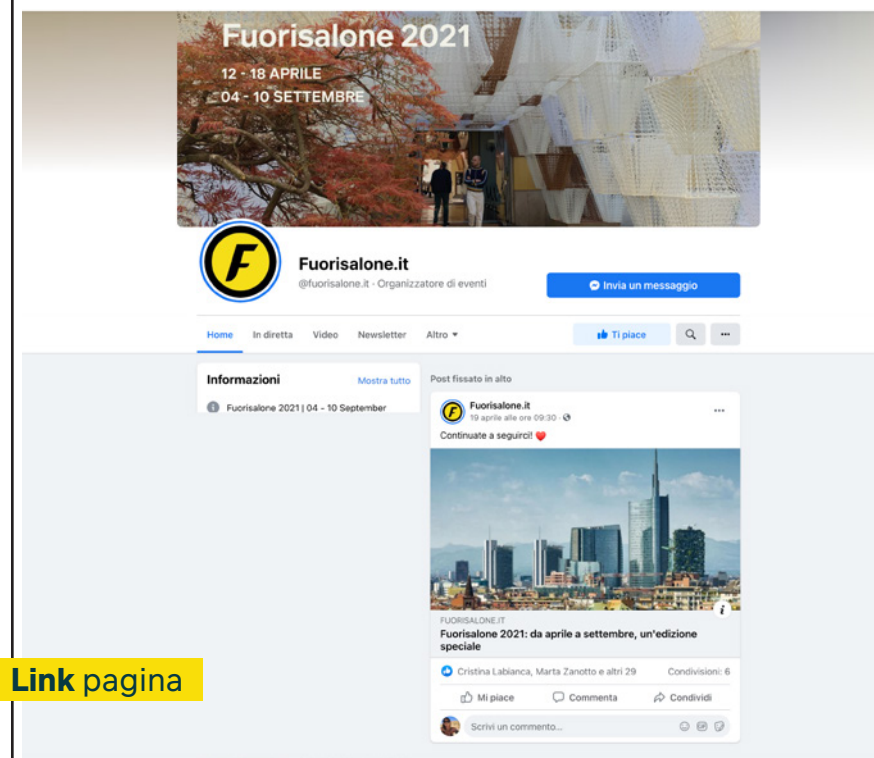
- **Dedicated posts** sharing content, projects, previews, integrated into the Fuorisalone editorial plan, which can include a direct link to an in-depth article in the magazine, a video on IG Tv or Fuorisalone TV or directly on IG Tv or Fuorisalone TV or directly on the client's channel.

- **Countdowns or teaser/preview activities** consisting of a series of social activities anticipating a product/project launch or an event. In the case of a physical appointment, the creativity proposed for the post must anticipate the installation, such as a detail, a picture of the designer or a video interview.

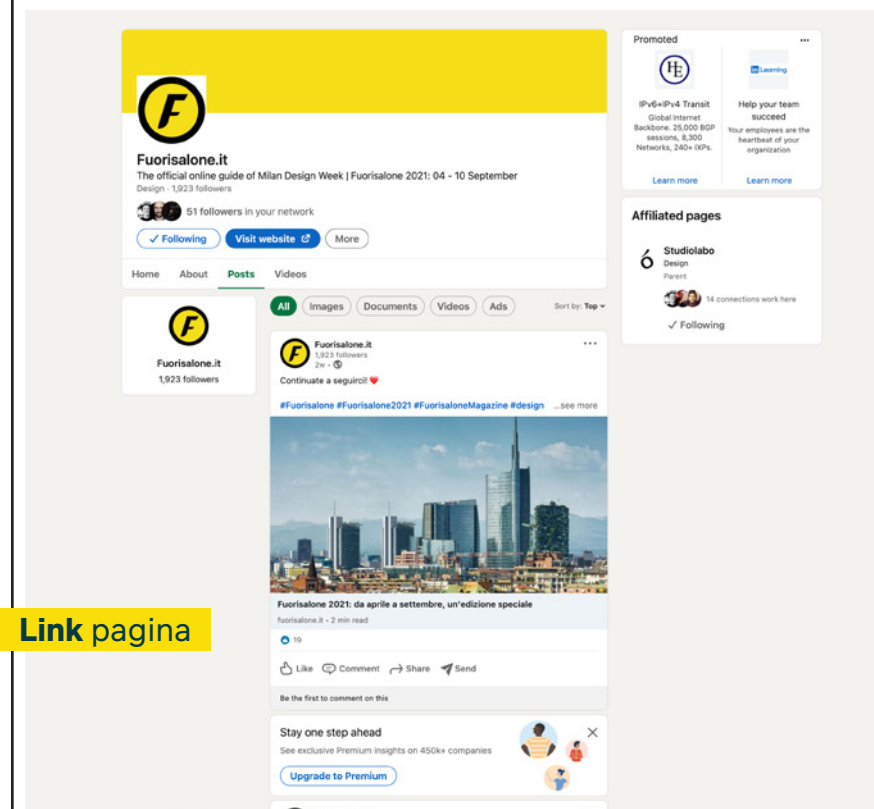
- **Contest with #hashtag**, dedicated to those companies and brands that need to interact with our audience and target through a call to action promoted in co-branding with Fuorisalone.it.

The brand that chooses and opts for this way of communication must have smart content suitable for promotion on social channels.

- **Take-over post/Stories**, dedicated to design schools, institutions or brands that can propose internal figures or sector influencers. This activity involves a defined series of posts (max. 3) and/or stories produced by a person, external to the social team of Fuorisalone.it, who is somehow connected to the brand.



Link pagina



Link pagina

## Newsletter

The importance of selected communication structured and directed to our audience

The Fuorisalone newsletter is once again a fundamental communication and promotion tool in the new editorial plan of Fuorisalone Design Guide. Compared to the past it evolves, changes format and adapts to target and context to be useful, interesting and engaging for our audience.

The provided formats are:

- **L'indispensabile** > What you need to know about design and beyond, every Friday
- **Osservatorio** > Marketing and communication strategies condensed in an email
- **Tips/Day By Day Multi article** > Selected proposals and projects, every day at an event
- **DEM** > Dedicated customer communications

## L'indispensabile

Per restare aggiornati su tutto ciò che succede nel design. E non solo.

“Comunità Resilienti” è il titolo del Padiglione Italia della 17esima Biennale Architettura di Venezia, che prenderà il via sabato 22 maggio con la curatela Hashim Sarkis. Il progetto pone al centro la grande questione del cambiamento climatico, interrogandosi sul ruolo e sul contributo dell'architettura oggi nel contrastare l'impatto ambientale.

Si parlerà di desertificazione del meridione, della riduzione delle risorse di acqua dolce e della produttività agricola, dell'aumento della frequenza e della violenza di fenomeni climatici estremi stanno impoverendo le comunità sul nostro territorio.

Sarà un Padiglione Italia a impatto CO<sub>2</sub> quasi zero, coerentemente con il tema trattato: l'allestimento e le installazioni saranno realizzate grazie al recupero e al riutilizzo dei materiali impiegati per il Padiglione Italia 2019 della 58. Esposizione Internazionale d'Arte della Biennale di Venezia, a cui seguirà una rilocalizzazione in forma permanente di tutto quello che verrà prodotto.

Nelle parole del curatore del progetto, l'architetto e ricercatore Alessandro Melis: “Come il genoma e il cervello umani, il padiglione sarà una giungla abitata da strane creature dove poter ascoltare un rumore di fondo che è già assordante e che richiede una risposta adeguata, facendo ricorso a nuovi paradigmi della conoscenza.”

Buona lettura.



[Link pagina](#)

ARCHITETTURA

### Gli appuntamenti della Biennale di Architettura di Venezia 2021

Rimandata di un anno, la 17. Mostra Internazionale di Architettura aprirà al pubblico il 22 maggio e affronterà il tema How will we live together?, incrociando collaborazioni trasversali e multidisciplinari.

## Newsletter

The importance of selected communication structured and directed to our audience

## L'indispensabile

A new format, distributed every Friday, summarises the best of the week, offering an editorial viewpoint at the beginning, followed by a selection of articles published in the magazine, a selection of press reviews and an extract linked to a video featured on Fuorisalone TV.

This format can accommodate sponsored content and promotion of exhibitions, events, appointments as well as new product launches.

[Link pagina](#)

## Osservatorio

A format dedicated to direct promotion to our audience of insiders, with an in-depth analysis that summarises the reflections arising from discussions with company representatives, researchers and consultants in the field of communication and marketing strategies, useful for a shared summary of the state of the art of the design industry.

[Link pagina](#)

## Newsletter

The importance of selected communication structured and directed to our audience

## Tips/Day By Day Multi article

Format dedicated to the promotion of events, appointments and product launches on the occasion (in its various editions).

This format provides for the possibility of purchasing a single position/article by linking the contents to the in-depth analysis on the on the Fuorisalone website.

[Link pagina](#)

## Newsletter DEM

The DEM (dedicated) newsletter is the format designed to promote a single content proposed by the customer, oriented to promote directly brand, product, event or activity that provides the ability to customize the layout within a predefined format by inserting call to action inside or outside the site Fuorisalone.it.

The development of the content, the declination of the tone of voice, the choice of images and template is shared with the team of Studiolabo that supports and guides the client in the different choices.

[Link pagina](#)



## Italy

Via Palermo, 1  
20121 - Milano

T. (+39) 02 36.63.81.50  
info@studiolabo.it

**Fuorisalone.it®**  
is a project by **Studiolabo S.r.l.**

© 2003-2020 FUORISALONE.IT®  
Registered trademark of Studiolabo S.r.l.  
is strictly prohibited any unauthorized reproduction  
unauthorized reproduction of the trademark and  
content of this site.

